

Digitaler Produktpass



Nachhaltige Lösungen im Einsatz

Inhalt

1. Das Ticket für eine nachhaltige Zukunft	3
Nachhaltigkeit prägt immer stärker die Kaufentscheidungen	4
2. Was ist der Digitale Produktpass?	5
Digital Product Passport – worum geht es eigentlich?	6
Inhalt und Funktionsweise des DPP	6
Ziele und Hintergründe	7
3. Wen betrifft der DPP?	8
Auswirkungen des DPP auf Schlüsselindustrien in der EU	9
Betroffene Akteure	9
Bedeutung des DPP für die Unternehmen	10
Die 4 drängendsten Fragen aus Unternehmenssicht	11
Chancen & Risiken für Unternehmen	13
4. Auf den DPP vorbereiten – so klappt es!	14
5 Schritte zur erfolgreichen DPP-Umsetzung	15
5. Checkliste: Wie steht es um Ihre „DPP-Readiness“?	17
Sind Sie bereit für den DPP?	18
6. Ein Wendepunkt für nachhaltiges Wirtschaften	19
Digitaler Produktpass – Ihr Ticket zur Nachhaltigkeit	20
7. Hier fängt der Digitale Produktpass an	21
Über Contentserv	22



1. Das Ticket für eine nachhaltige Zukunft

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit prägt immer stärker die Kaufentscheidungen.

40%

der Verbrauchern fordern klarere Informationen über die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen.

60%

der Käufer werten Nachhaltigkeit als entscheidenden Faktor bei der Auswahl ihrer Produkte.

Dies unterstreicht, wie wichtig es für Unternehmen ist, Transparenz zu schaffen und proaktiv die notwendigen Informationen bereitzustellen.

In genau diesen Kontext fällt die Einführung eines einheitlichen Digitalen Produktpasses (DPP) – denn Nachhaltigkeit ist heute zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor für Unternehmen geworden.

Dieses Whitepaper gibt einen umfassenden Überblick zum Digitalen Produktpass, erläutert dessen Funktionsweise, die Auswirkungen auf verschiedene Branchen und vor allem die Chancen, die sich für Unternehmen eröffnen. Erfahren Sie, wie der DPP als Wegbereiter für den Übergang zur Kreislaufwirtschaft fungiert, indem er detaillierte Produktinformationen bereitstellt, die nicht nur Nachhaltigkeitsziele unterstützen, sondern auch eine verbesserte Produkttransparenz fördern.

Entdecken Sie in diesem Whitepaper, wie Sie die Anforderungen des Digitalen Produktpasses erfüllen und in einer zunehmend von Nachhaltigkeitsbestrebungen geprägten Welt erfolgreich agieren können.

Das ist für Sie drin:

- ✓ Alle Fakten zum Digitalen Produktpass
- ✓ Einschätzungen zu den Auswirkungen auf Ihr Unternehmen
- ✓ Herausforderungen und Chancen des DPP
- ✓ Praktische Anleitung zur Vorbereitung auf dessen Einführung
- ✓ Checkliste, wie gut Sie bereits aufgestellt sind

Wir wünschen Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre!



2. Was ist der Digitale Produktpass?

Digital Product Passport – worum geht es eigentlich?

Der Digitale Produktpass – engl. Digital Product Passport, kurz DPP – markiert einen innovativen Wendepunkt in der Art und Weise, wie wir über Produktinformationen, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft denken. Der DPP ist eine Initiative der Europäischen Kommission, die im Rahmen mehrerer neuer Verordnungen ins Leben gerufen und im März 2022 verabschiedet wurde, um Daten über Produkte und ihre Lieferketten zu erfassen und gemeinsam zu nutzen.

Inhalt und Funktionsweise des DPP

Der DPP beinhaltet

- ✓ grundlegende Produktinformationen wie Name, Modell und Herstellungsdatum
- ✓ Materialdaten, etwa die Liste der Rohstoffe und deren Herkunft
- ✓ Angaben zum Herstellungsprozess und dessen Emissionen und Verbräuche,
- ✓ Eigentumsgeschichte und Wartungs- beziehungsweise Reparaturhistorie
- ✓ Nachhaltigkeitsdaten, wie beispielsweise CO₂-Fußabdruck, Energieverbrauch oder Recyclingfähigkeit und Umweltsiegel.

Als produktspezifischer Datensatz zielt der DPP darauf ab, die Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit von Produkten in der EU zu verbessern und gleichzeitig Verbrauchern, Unternehmen und politischen Entscheidungsträgern einen detaillierten Einblick in die Herkunft, Herstellung, Wiederverwendbarkeit und Nachhaltigkeitszertifizierung eines Produkts zu geben.

Er ist somit mehr als eine reine Informationsquelle: Er ist ein umfassendes elektronisches Dokument, das alle wesentlichen Daten zu einem Produkt über dessen gesamten Lebenszyklus hinweg zusammenfasst – von der Materialbeschaffung über die Herstellung bis hin zum Recycling.

Die Daten sollen nicht nur den Recyclingprozess optimieren und Abfälle reduzieren, sondern auch den Verbrauch wertvoller Ressourcen minimieren und damit einen wesentlichen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten. Der Datensatz wird durch das Scannen des Produkts, beispielsweise via QR-Code, oder durch das Anklicken eines Links auf der Produktwebseite zugänglich.

Ziele und Hintergründe

Mit dem DPP verfolgt die Europäische Kommission das ehrgeizige Ziel, die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft zu stärken und Verbraucher in die Lage zu versetzen, informierte und nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Dieser Ansatz unterstützt nicht nur die weltweiten Bemühungen um verantwortungsvollen Konsum und nachhaltige Produktion, sondern fördert auch eine umweltfreundlichere Produktentwicklung. Die Initiative, die aus dem European Green Deal hervorgegangen ist, unterstreicht das Ziel der EU, bis 2050 klimaneutral zu werden.

Der Digitale Produktpass steht im Zentrum einer nachhaltigeren Zukunft, in der Produkte nicht nur nach ihrer Funktionalität, sondern auch nach ihrer Umweltverträglichkeit bewertet werden. Durch die Bereitstellung umfassender Produktdaten trägt der DPP dazu bei, Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette effizienter zu gestalten und die Digitalisierung voranzutreiben. Darüber hinaus eröffnet er neue Geschäftschancen und unterstützt die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, wie z. B. das Recht auf Reparatur.

DPP kompakt

Zweck:	Verbesserung der Nachhaltigkeit, Förderung der Kreislaufwirtschaft
Inhalt:	Daten zu Herkunft, Herstellungsprozess, Wiederverwendbarkeit und Nachhaltigkeitszertifikaten
Zielgruppe:	Verbraucher, Unternehmen, politische Entscheidungsträger
Anwendungsbereich:	von Serienprodukten bis zu maßgefertigten Artikeln
Verfügbarkeit:	per Smartphone-Scan, ohne Registrierung oder spezielle Apps.
Umsetzungszeitraum:	ca. 2026/2027 bis 2030
Technologie:	Druck- oder Kommunikationstechnologie, PIM-Systeme
Datenschutz:	Implementierung von Sicherheitsprotokollen zum Schutz der DPP-Informationen
Globale Effekte:	auch für Nicht-EU-Unternehmen relevant, die Produkte in der EU verkaufen möchten
Regulatorische Basis:	Teil der EU-Initiativen für eine nachhaltigere Produktgestaltung und -nutzung, einschließlich Ökodesign-Verordnung



3. Wen betrifft der DPP?

Auswirkungen des DPP auf Schlüsselindustrien in der EU

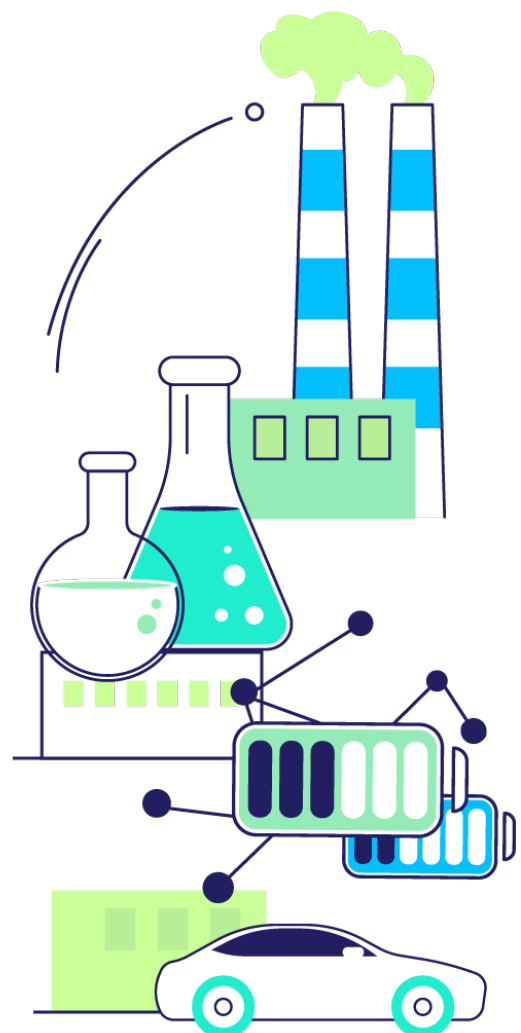
Der Digitale Produktpass ist Teil umfangreicherer Bemühungen der EU, darunter der Circular Economy Action Plan (CEAP) und die Ecodesign for Sustainable Products Regulation, wodurch er weitreichende Auswirkungen auf Unternehmen, Verbraucher und die Umwelt haben wird. Spezifische Industrien und Wertschöpfungsketten stehen dabei im Fokus. Erfahren Sie, wer sich mit dem DPP beschäftigen sollte und mit welchen Herausforderungen Sie konfrontiert werden.

Betroffene Akteure

Jedes Produkt, das innerhalb der EU in Umlauf gebracht wird, fällt unter die DPP-Verordnung, und zwar unabhängig davon, wo das produzierende Unternehmen seinen Sitz hat. Zunächst konzentriert sich der Geltungsbereich auf ausgewählte Branchen wie zum Beispiel Batterie-, Automobil-, Elektronik- und Fashion-Industrie – später soll die Verordnung jedoch auf alle Produkte auf dem europäischen Markt ausgeweitet werden. Die erste Umsetzungsphase für spezifische Produktkategorien ist ab 2026 geplant.

Branchen der ersten DPP-Umsetzungsphase

- Batterien
- Textilien
- Bauwesen
- Elektronik
- Kunststoffe
- Chemikalien
- Automobil



Bedeutung des DPP für die Unternehmen

Der DPP bietet Unternehmen zunächst einmal die Gelegenheit, ihre Lieferketten zu überprüfen und nachhaltigere, kreislaforientierte Geschäftsmodelle zu entwickeln. Durch die Bereitstellung detaillierter Produktinformationen können Unternehmen Innovationen vorantreiben, die Kundenbindung verbessern und Wettbewerbsvorteile erzielen. Gleichzeitig erfordert die Erfüllung der DPP-Anforderungen jedoch eine umfassende Transparenz und Rückverfolgbarkeit innerhalb der Lieferketten. Das wiederum bringt erhebliche Anpassungen bestehender Prozesse und IT-Systeme mit sich.

Auch wenn es sich beim DPP um eine europäische Initiative handelt, ist davon auszugehen, dass sie weltweite Auswirkungen auf die Wertschöpfungsketten haben wird, da alle Produkte, die in Europa auf den Markt gebracht werden, betroffen sind. Will beispielsweise ein Modehersteller, der seinen Hauptsitz in den USA und seine Produktion in Asien hat, seine Produkte in einigen europäischen Ländern verkaufen, muss er all diese Produkte mit einem DPP kennzeichnen.



Die 4 drängendsten Fragen aus Unternehmenssicht



Wie viele DPP benötigt ein Unternehmen?

Die Notwendigkeit eines individuellen Digitalen Produktpasses (DPP) hängt stark von der Produktart und dem Herstellungsprozess ab. Bei standardisierten Produkten, etwa einer großen Serie identischer Plastiksandalen, ist ein einziger DPP für die gesamte Serie ausreichend. Bei maßgeschneiderten oder handgefertigten Produkten mit einzigartigen Komponenten und Lieferketten, wie beispielsweise bei maßgefertigten Schuhen, ist für jedes Produkt ein eigener DPP erforderlich. Bei langlebigen, reparaturfähigen Produkten wie Oldtimer-Fahrzeugen oder jenen, die es später werden, ist das Informationsmanagement besonders anspruchsvoll, da Aktualisierungen und Änderungen im DPP dokumentiert werden müssen.



Wer ist für die Umsetzung des DPP im Unternehmen verantwortlich?

Die Verantwortung für den DPP kann je nach Unternehmensperspektive variieren. Einige Unternehmen sehen den DPP als notwendige Verpflichtung und stellen dafür ein interdisziplinäres Team aus IT, Einkauf und Rechtsabteilung zusammen. Andere Unternehmen, die den DPP als wertvolle Schnittstelle zum Kunden sehen, werden möglicherweise Experten aus Marketing, Kommunikation und Vertrieb einbeziehen, um kreativ mit dem Kunden zu interagieren. Unabhängig vom gewählten Ansatz ist es wichtig, auch Experten für Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) in das Team zu integrieren, um den DPP umfassend zu managen.



Wie muss der DPP für Verbraucher zugänglich gemacht werden?

Für Verbraucher ist der Zugang zu Informationen über den DPP denkbar einfach. Ein Smartphone genügt, um durch Scannen des Produkts sofort alle relevanten Produktdetails auf dem Display zu sehen. Eine vorherige Registrierung, das Herunterladen einer App oder spezielle Hardware sind nicht erforderlich, und die Produktinformationen sind weltweit verfügbar. Neben Seriennummern, Barcodes und Radio Frequency Identification (RFID)- oder Near-Field-Communication (NFC)-Technologie sind QR-Codes eine der wahrscheinlichsten Umsetzungswege für den digitalen Produktpass.



Wie können Sie den DPP effizient umsetzen?

Die Umsetzung des Digitalen Produktpasses erfordert robuste Werkzeuge zur Verwaltung der komplexen Daten, die er erfordert. Ein Produktinformationsmanagementsystem (PIM) ist für diesen Prozess von entscheidender Bedeutung, da es als Rückgrat für die Organisation und Zentralisierung von Produktdaten dient. Mit einem PIM-System können Unternehmen die Einhaltung von EU-Normen sicherstellen, Nachhaltigkeitskennzahlen wie den CO₂-Fußabdruck und die Recyclingfähigkeit nahtlos einbeziehen und sich an sich ändernde gesetzliche Anforderungen anpassen.

Bei der Auswahl eines PIM-Systems sollten Sie Lösungen den Vorzug geben, die Folgendes bieten

- Skalierbarkeit zur Bewältigung des wachsenden Datenbedarfs.
- Kompatibilität mit den gesetzlichen Vorschriften, um den EU-DPP-Standards zu entsprechen.
- Datensicherheit, um sensible Informationen zu schützen.

Chancen & Risiken für Unternehmen

Die Einführung des Digitalen Produktpasses ist ein wichtiger Schritt hin zu einer nachhaltigeren und transparenteren Wirtschaft. Er bietet Unternehmen erhebliche Entwicklungschancen, die letztlich auch in wirtschaftlichem Erfolg gipfeln können. Gleichzeitig bringt der DPP Herausforderungen mit sich, denen sich die Unternehmen in den kommenden Jahren stellen müssen. Im nächsten Kapitel erfahren Sie daher, wie Sie sich schon heute optimal auf den DPP vorbereiten.



Chancen des DPP für Unternehmen

- Förderungen der Entwicklung umweltfreundlicher Produkte sowie von Abfallreduktion und Ressourcenschonung
- Bessere Markttransparenz und damit höheres Markenvertrauen der Kunden
- Innovationsförderung mit neuen Wachstumschancen
- Wettbewerbsvorteile und stärkere Kundenbindung
- Komfortable Einhaltung aktueller und künftiger Regularien, inkl. Vermeidung von Bußgeldern



Risiken des DPP für Unternehmen

- Hohe Anfangsinvestitionen durch Implementierungskosten
- Komplexe IT-Integration und Interoperabilität von Systemen
- Regulatorische Unsicherheit bezüglich kommender Compliance-Anforderungen
- Betriebsunterbrechungen durch und Kosten für Anpassung an DPP-Standards
- Hohe IT-Sicherheitsanforderungen, um DPP-Daten zu schützen



4. Auf den DPP vorbereiten – so klappt es!

5 Schritte zur erfolgreichen DPP-Umsetzung

1

Beschäftigen Sie sich mit den Anforderungen und rechtliche Rahmenbedingungen.

Stellen Sie ein interdisziplinäres Team zusammen, das sich mit den DPP-Anforderungen vertraut macht und die Verantwortung für das Einhalten der Vorschriften übernimmt. Wählen Sie Vertreter aus allen oder zumindest den Abteilungen, die direkt vom DPP betroffen sind, und stellen Sie sicher, dass abteilungsübergreifend zielführend zusammengearbeitet wird. Dieses Team sollte sich zudem regelmäßig über sich ändernde Anforderungen und Fristen informieren und entsprechende Maßnahmen ab- sowie einleiten. Gleichzeitig gilt es, das gesamte Unternehmen auf dem Laufenden zu halten und Mitarbeiter sukzessive zu den Veränderungen, die sich durch die DPP-Einführung ergeben, zu schulen. Nur so kann Nachhaltigkeit Teil der Unternehmenskultur werden.

2

Überprüfen Sie Ihre Produktstrategien.

Bewerten Sie Ihre Produktdesigns aus der Perspektive der Ressourceneffizienz und der Kreislaufwirtschaft neu und identifizieren Sie Möglichkeiten, Ihre Produkte nachhaltiger zu gestalten. Hinterfragen Sie zudem Ihre bestehenden Lieferketten und alle Geschäftspartner, inwieweit sie sich mit den Zielstellungen des DPP vereinbaren lassen. Sind neue Lieferanten oder Partner nötig, die die Anforderungen des DPP erfüllen, gehen Sie zeitnah auf die Suche.

3

In die richtigen Technologien investieren

Suchen Sie nach technologischen Lösungen, die es Ihnen gestatten, Ihre Daten effizient und strukturiert mithilfe digitaler Workflows zu verwalten. So lassen sich die notwendigen Nachhaltigkeitsdaten problemlos in die Wertschöpfungskette integrieren und ihre Verpackungs- wie Vermarktungsstrategien entsprechend auf den DPP hin anpassen. Ein professionelles Product Information Management (PIM) bietet eine gute Grundlage für das Datenmanagement, die Rückverfolgbarkeit und das Berichtswesen im Hinblick auf den CO2-Fußabdruck und andere relevante Informationen.

4

Organisieren Sie Ihre Produktdaten smart.

Produktdaten spielen in der modernen Wirtschaft eine zentrale Rolle, insbesondere im Zusammenhang mit dem Digitalen Produktpass (DPP). Sie umfassen alle Informationen, die ein Produkt beschreiben und definieren – von technischen Spezifikationen und Materialzusammensetzungen bis hin zu Herkunftsinformationen und Nachhaltigkeitszertifikaten. Die Qualität und Organisation dieser Daten ist entscheidend für die Transparenz, Effizienz und Nachhaltigkeit von Produktions- und Vertriebsprozessen. Ein cloudbasiertes PIM-System gestattet es, die Produktdaten zentral zu managen, zu organisieren und zu standardisieren sowie deren Qualität und Sicherheit jederzeit zu gewährleisten. Obendrein ist eine solche Lösung flexibel und skalierbar, um mit den wachsenden Anforderungen aus dem DPP Schritt zu halten.

5

Begreifen Sie den DPP als Wachstumschance.

Nutzen Sie die Chance, sich durch Transparenz und Nachhaltigkeit von der Konkurrenz abzuheben, Kunden zu binden und neue Potenziale zu erschließen. Vertrauen Sie auf Lösungen und Partner, die Ihnen bei der Einführung des DPP mit Expertise und Erfahrung zur Seite stehen. Dann bewältigen Sie die strategische Planung, Investitionen und den Kulturwandel im Unternehmen problemlos – und sichern sich Ihren Wettbewerbsvorteil in einer zunehmend nachhaltigkeitsbewussten Wirtschaft.



5. Checkliste: Wie steht es um Ihre „DPP-Readiness“?

Sind Sie bereit für den DPP?

Die Vorbereitung auf den Digitalen Produktpass erfordert eine umfassende Überprüfung und gegebenenfalls Anpassung Ihrer Lieferkettenprozesse, Ihrer PIM-Lösung und weiterer Systeme sowie Ihrer internen und externen Kommunikationsstrategien. Nutzen Sie diese Checkliste als Ausgangspunkt, um

die Bereitschaft Ihres Unternehmens für die Einführung des DPP zu bewerten und die notwendigen Schritte einzuleiten. Warten Sie nicht ab, sondern gehen Sie diese Vorbereitungen proaktiv an, um Compliance zu gewährleisten und die Vorteile des DPP voll auszuschöpfen.



Materialgewinnung

Wissen Sie, woher Ihre Rohstoffe stammen und wie diese entstehen?

Haben Sie Überprüfungen (Audits) bei Ihren Lieferanten durchgeführt, um die Einhaltung nachhaltiger Praktiken sicherzustellen?

Nutzen Sie zur Verbesserung der Rückverfolgbarkeit Ihrer Rohstoffe Technologien (z. B. Blockchain)?



Produktionsprozess

Haben Sie eine Lebenszyklusanalyse (LCA) Ihrer Produkte durchgeführt, um deren Umweltauswirkungen zu verstehen?

Verfügen Sie über ein Umweltmanagementsystem (EMS), das regelmäßige Umweltaudits Ihrer Produktionsprozesse unterstützt?



CO2-Fußabdruck

Kennen Sie die Transportwege Ihrer Produkte und die damit verbundenen CO2-Emissionen?

Arbeiten Sie mit Ihren Logistikpartnern zusammen, um Emissionen zu reduzieren, z. B. durch Routenoptimierung oder E-Fahrzeuge?



Lieferketten-Partner

Haben Sie mit Ihren Lieferkettenpartnern gesprochen, inwieweit diese über notwendige Dokumentationen und Zertifizierungen für den DPP verfügen?

Sind Ihre Systeme und Softwarelösungen mit denen Ihrer Lieferanten kompatibel, um einen reibungslosen Datentransfer zu gewährleisten?



Technologische Basis

Haben Sie Ihre bestehenden Systeme überprüft und sind diese auf die Anforderungen des DPP vorbereitet?

Verfügen Sie über ein PIM-System, das die Komplexität der erforderlichen Daten handhaben kann?



Mindset & Unterstützung

Haben Sie Ihre Mitarbeiter über die Bedeutung und die Anforderungen des DPP informiert und sensibilisiert?

Entwickeln Sie eine Strategie zur kontinuierlichen Überwachung und Anpassung an sich entwickelnde DPP-Standards?

Ziehen Sie die Zusammenarbeit mit externen Beratern oder Dienstleistern in Betracht, die über Expertise im Bereich DPP und Nachhaltigkeit verfügen?



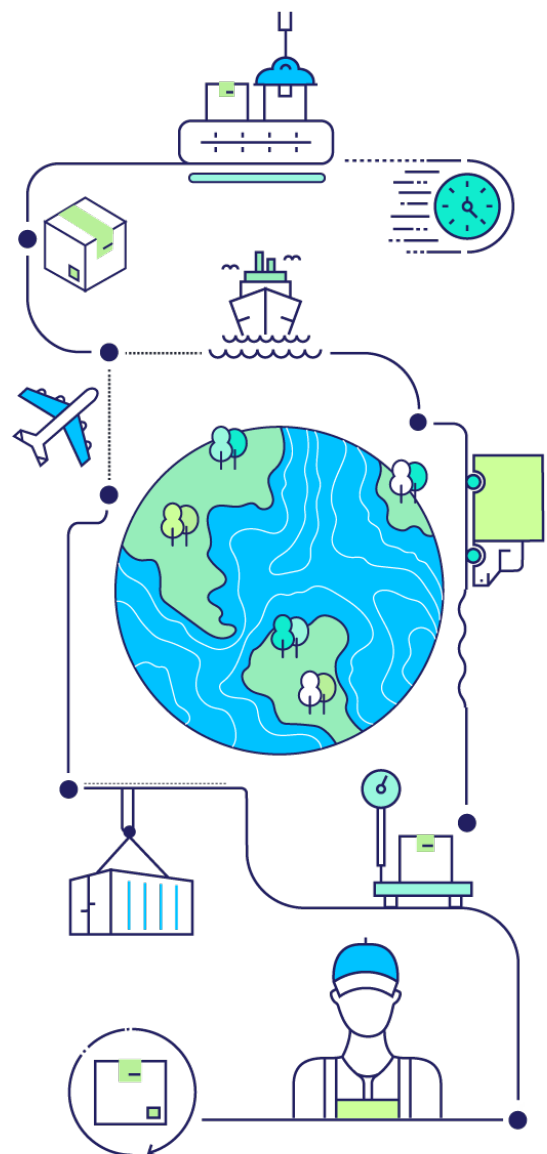
6. Ein Wendepunkt für nachhaltiges Wirtschaften

Digitaler Produktpass – Ihr Ticket zur Nachhaltigkeit

In einer Welt, in der das Bewusstsein für Nachhaltigkeit stetig wächst und einen immer größeren Einfluss auf das Verbraucherverhalten hat, kristallisiert sich Transparenz als ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg heraus. Vor diesem Hintergrund erweist sich die Einführung des Digitalen Produktpasses (DPP) als eine zeitgemäße Antwort auf die steigende Nachfrage nach einer klaren Kommunikation über die ökologischen und sozialen Auswirkungen von Produkten. Der DPP ist nicht nur ein Schritt in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft, sondern bietet auch Unternehmen die Chance, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen zu verstärken und sich als verantwortungsbewusste Marktteilnehmer zu positionieren.

Durch die Bereitstellung umfassender Produktdaten trägt der DPP dazu bei, Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette effizienter zu gestalten und die Digitalisierung voranzutreiben, während gleichzeitig neue Geschäftschancen eröffnet und gesetzliche Anforderungen erfüllt werden.

Jetzt wissen Sie alles, was Sie wissen müssen, um Ihr Unternehmen erfolgreich in eine von Nachhaltigkeitsbestrebungen geprägte Zukunft zu führen. Nutzen Sie die Einführung des Digitalen Produktpasses als Ihren Startpunkt, um aktiv in die Kreislaufwirtschaft einzusteigen und somit nicht nur zur Nachhaltigkeit beizutragen, sondern auch Ihr Unternehmen zukunftsfähig und wettbewerbsstark zu gestalten.





7. Hier fängt der Digitale Produktpass an

Über Contentserv

Contentserv befähigt Unternehmen, außergewöhnliche Produkterlebnisse zu schaffen – durch die Bereitstellung einer umfassenden Product Experience Cloud. Unsere Plattform integriert Lösungen für Product Information Management (PIM), Digital Asset Management (DAM), Product Experience Management (PXM) und Product Feed Management und ermöglicht es Unternehmen, Produktdaten effizient zu zentralisieren, zu verwalten, anzureichern und auszuspielen.

Wie Contentserv die Implementierung des Digitalen Produktpasses (DPP) unterstützt

Um die Komplexität des Digitalen Produktpasses zu bewältigen, brauchen Sie ein zuverlässiges Datenmanagement und nahtlose Integrationsmöglichkeiten. Contentserv bietet Ihnen maßgeschneiderte Lösungen, die die Einhaltung des DPP erleichtern:

- **Zentrales Datenmanagement:** Unser PIM-System konsolidiert alle Produktinformationen in einer einzigen Quelle der Wahrheit und gewährleistet Präzision und Konsistenz der Daten über alle Kanäle hinweg.
- **Einhaltung gesetzlicher Vorschriften:** Die Contentserv-Plattform ist so konzipiert, dass sie mit den DPP-Standards der EU übereinstimmt, was die Einhaltung der regulatorischen Anforderungen vereinfacht und einen reibungslosen Ablauf der Audits ermöglicht.
- **Integration von Nachhaltigkeitsaspekten:** Integrieren Sie wichtige Kennzahlen, wie z.B. den CO2-Fußabdruck und die Recyclingfähigkeit, direkt in Ihre

Produktdaten und unterstützen Sie so Transparenz und informierte Entscheidungen für den Verbraucher.

- **Skalierbarkeit und Flexibilität:** Unsere Cloud-basierte Architektur ermöglicht eine nahtlose Skalierung, wenn Ihr Unternehmen wächst. Sie passt sich problemlos an wachsende Datenmengen und veränderte Marktanforderungen an.
- **Verbesserte Zusammenarbeit:** Erleichtern Sie eine effiziente Kommunikation zwischen internen Teams und externen Partnern, rationalisieren Sie Arbeitsabläufe und beschleunigen Sie Markteinführungszeiten.

Mit Contentserv können Unternehmen nicht nur die Anforderungen des Digitalen Produktpasses erfüllen, sondern auch die betriebliche Effizienz steigern, Innovationen fördern und das Kundenvertrauen durch transparente und nachhaltige Produktinformationen stärken.



Extraordinary Product Experiences. Unlimited Digital Commerce.

Contentserv entwickelt Lösungen für führende Marken und solche, die es werden wollen. Unternehmen aus allen Branchen vertrauen auf unsere intuitive Plattform, um reale Ergebnisse zu erzielen: Mehr Traffic, höhere Konversionsraten, kürzere Markteinführungszeiten und eine maximale Rendite.

www.contentserv.com